



**Pengaruh Pemasaran Relasional, *Switching Costs*, Citra Merek
terhadap Nilai Pelanggan PT Optima Lautan Bersama**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Oleh
Gustfry Fajar
55111120086

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2014**



**Pengaruh Pemasaran Relasional, *Switching Costs*, Citra Merek
terhadap Nilai Pelanggan PT Optima Lautan Bersama**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Manajemen

MERCU BUANA

Oleh

**Gustfry Fajar
55111120086**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2014**

Prof. Dr. Didik J. Rachbini



Direktur Pascasarjana

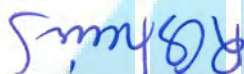
Dr. Augustina Kurniasih, ME



Magister Manajemen

Ketua Program Studi

Dr. Rina Astini, SE., MM



Pembimbing Utama



UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Tanggal

Program

: Magister Manajemen

NIM

: 55111120086

Nama

: Gusfry Fajar

Bentuk Karya Akhir

: Penelitian masalah Perusahaan

Judul

: Pengaruh Pemasaran Relasional, *Switching Costs*,
Citra Merek terhadap Nilai Pelanggan PT. Optima
Lautan Bersama

PENGESAHAN

(Gusfry Fajar)

Tangerang, 13 Feb 2015



Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana. Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan surat keputusan program studi

Program : Magister Manajemen
Tanggal : Februari 2015

NIM : 55111120086

Nama : Gusfry Fajar

Bentuk Tesis : Penelitian masalah Perusahaan

Judul : Pengaruh Pemasaran Relasional, *Switching Costs*, Citra Merek terhadap Nilai Pelanggan PT. Optima Lautan Bersama

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam tesis ini .

PERNYATAAN

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya yang telah memberikan kesempatan penulis untuk menyelesaikan penyusunan Tesis ini dengan judul “Pengaruh Pemasaran Relasional, *Switching Costs*, Citra Merek terhadap Nilai Pelanggan PT. Optima Lautan Bersama” untuk memperoleh gelar Magister Manajemen dalam bidang Manajemen Pemasaran.

Pelaksanaan penelitian dan penyusunan Tesis ini telah dilakukan secara maksimal dan penulis telah mendapatkan banyak bantuan dan dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak. Atas segala bantuan, dorongan, bimbingan dan berbagai kemudahan yang penulis peroleh maka pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr. Rina Astini, MM sebagai Dosen Pembimbing utama, yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal penulisan hingga dapat diselesaikan.
2. Ibu Dr. Augustina Kurniasih, ME sebagai Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana, yang telah menambah wawasan dan mengarahkan penulis untuk menghasilkan penelitian dan analisis yang lebih baik
3. Bapak Dr. Ir. Achmad Fachrodji, MM sebagai Dosen Penguji Sidang Tesis, yang telah memberikan banyak arahan dan saran kepada penulis dalam rangka menyempurnakan penelitian.

4. Bapak Dr. Baruna Hadibrata, SE., MM sebagai Dosen Penelaah Seminar Proposal Tesis, yang telah memberikan masukan untuk penyempurnaan tesis ini.
5. Bapak Priyono, SE., ME sebagai Ketua Ujian Sidang Tesis, yang telah memberikan banyak arahan dan masukan untuk penyempurnaan tesis ini.
6. Bapak Prof. Dr. Didik J. Rachbini sebagai Direktur Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana, yang telah mendukung kemudahan proses dan pengesahan tesis ini.
7. Seluruh dosen Pengajar Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana yang telah membekali pengetahuan yang berharga selama penulis mengikuti pendidikan di program Pascasarjana Universitas Mercu Buana
8. Seluruh staf dan karyawan Universitas Mercu Buana yang telah membantu penulis dalam memberikan kemudahan penyelesaian administrasi.
9. Mr. Silwa Kumar dan Mr. Rupesh Shah selaku pimpinan PT. Optima Lautan Bersama yang telah memberikan izin bagi penulis untuk mengadakan penelitian di PT. Optima Lautan Bersama dan Mr. PR Sreenivas sebagai *President Director* Transliner PTE LTD dan PT. Optima Lautan Bersama serta Bapak Miftahudin Senior Pemasaran PT. Optima Lautan Bersama.
10. Seluruh pelanggan PT. Optima Lautan Bersama atas kerja sama dalam ikut andil penyelesaian kuesioner Tesis penulis
11. Papaku Soter Malau, Mamaku Helminar Saragih, adik-adikku Meily Astuty, Lausandy, Sisilia Malau, dan seluruh keluarga yang selalu memberikan Doa,

restu, dan bantuan kepada penulis sehingga penulis mendapatkan kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan Tesis ini.

12. Seluruh rekan-rekan mahasiswa/i Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Mercu Buana, khususnya kepada Sdri Kristin Melva Hakim Sianipar.
13. Jemaat Gereja Baptis Indonesia Kunciran dan Sekolah Minggu Baptis Kunciran atas dukungan dalam Doa.

Semoga Tesis ini bermanfaat bagi kita bersama. Akhir kata, mohon maaf atas segala kekurangan yang ada pada Tesis ini. Mudah-mudahan dapat diperbaiki pada waktu mendatang baik oleh penulis sendiri maupun peneliti lainnya sehingga ilmu dapat terus dikembangkan dan disempurnakan.

Tangerang, Februari 2015



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	7
1.3. Rumusan Masalah.....	7
1.4. Maksud dan Tujuan Tesis.....	8
1.5. Manfaat dan Kegunaan Tesis.....	8
BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN	
2.1. Sejarah singkat Perusahaan.....	9
2.2. Lingkup Bidang Usaha.....	11
2.3. Sumber Daya.....	11
2.4. Tantangan Bisnis di Perusahaan.....	13
2.5. Proses Bisnis di Perusahaan.....	13
BAB III. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
3.1. Kajian Teori.....	15
3.2. Penelitian Terdahulu.....	28
3.3. Kerangka Pemikiran.....	31
3.4. Hipotesis.....	32
BAB IV. METODE PENELITIAN	
4.1. Desain Penelitian.....	33
4.2. Ruang Lingkup.....	33
4.3. Lokasi Penelitian.....	33
4.4. Variabel Penelitian.....	33
4.5. Populasi dan Sampel Penelitian.....	35
4.6. Jenis dan Sumber Data.....	35
4.7. Teknik Pengumpulan Data.....	35
4.8. Teknik Analisis Data.....	36

BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	46
5.2. Hasil Penelitian	46
5.3. Pembahasan	62
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1. Kesimpulan	65
6.2. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	72
RIWAYAT HIDUP	83



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah kunjungan kapal tahun 2008 – 2012	2
Tabel 1.2	Perbandingan biaya Pelanggan PT. OLB.....	6
Tabel 3.1	Penelitian Terdahulu	28
Tabel 4.1	Variabel Operasional	34
Tabel 4.2	Korelasi Dimensi X1, X2, X3 dan Y	45
Tabel 4.3	Deskripsi Nilai Koefisien Korelasi Dimensi	45
Tabel 5.1	Uji Validitas Pemasaran Relasional.....	47
Tabel 5.2	Uji Validitas Switching Costs	48
Tabel 5.3	Uji Validitas Citra Merek.....	49
Tabel 5.4	Uji Validitas Nilai Pelanggan	49
Tabel 5.5	Uji Reliabilitas	50
Tabel 5.6	Lama Perusahaan Pelanggan berdiri	51
Tabel 5.7	Lama menjadi pelanggan	51
Tabel 5.8	Multikolinearitas.....	55
Tabel 5.9	Koefisien Determinasi	57
Tabel 5.10	Uji F	58
Tabel 5.11	Uji t	59
Tabel 5.12	Hipotesis Penelitian	61
Tabel 5.13	Hubungan antar dimensi	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Penjualan ekspor Transliner	3
Gambar 1.2	Data Klaim biaya repair	4
Gambar 1.3	Pretest wawancara pelanggan	5
Gambar 2.1	Struktur Organisasi PT. Optima Lautan Bersama.....	12
Gambar 2.2	Proses Bisnis PT. Optima Lautan Bersama.....	14
Gambar 3.1	Model Penelitian	31
Gambar 4.1	Skala Likert.....	35
Gambar 5.1	Persentase identitas responden	51
Gambar 5.2	Regresion standardized residual	52
Gambar 5.3	P-P plot Uji Normal residual.....	53
Gambar 5.4	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	54

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner.....	72
Lampiran 2	Hasil olah data SPSS.....	75

